



МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М.В.ЛОМОНОСОВА

Вариант _____

ПИСЬМЕННАЯ РАБОТА

Олимпиада школьников "Ломоносов"

по обществознанию

Берестовый Софья Александровна
фамилия, имя, отчество участника (в родительном падеже)

Дата

«16» февраля 2025 года

Подпись участника

Берестовый

Чистовик - 1.Задание 1 (В-3)

- 1) личные - частные
4) работный - трудовой

6) 18 лет - 16 лет

9) совершеннолетних - несовершеннолетних

11) мыслей - воли

Задание 2 (В-4)

А	Б	В	Г	Д	Е	Ж	З	И	К
7	18	9	12	8	11	20	14	17	5

Задание 3 (В-5)

Вопрос: «Как бы вы определили связь динамики потребления и производства в экономике?»

~~Вопрос: «Как бы вы определили связь динамики потребления и производства в экономике?»~~

Безусловно, главной задачей экономики является стремление удовлетворить неограниченные потребности потребителя с помощью ограниченного количества благ. Основные этапы, ~~экономики~~ которые проходят экономическое благо - производство, распределение, обмен и потребление. В этом контексте, соотношение ^и производства и потребления является важным аспектом, по которому можно оценивать эффективность производства в экономической системе.

Так, потреблением является процесс удовлетворения потребностей потребителя, а производство - создание этих благ. Цена, по которой потребитель может приобрести такое благо для потребления, а производитель - продать, называется равновесной ~~ценой~~ и определяет

в условиях рынка с помощью ^{находящийся} баланса между спросом и предложением. Таким образом, проблема соотношения динамики производства и потребления заключается в реализации равномерного распределения благ. Чистая-2

Я считаю, что ~~увеличение потребления~~ при росте динамики потребления ~~неизбежно~~ ^{неизбежно} растет и динамика производства ^(и наоборот). Так, при достижении потребления какого-либо блага у потребителя возникает желание покупать его в большем количестве и на такой товар растет спрос. Фирма, как участник рынка с рациональным поведением, безусловно, стремится при увеличении наращивать производство. Так же в отрасли может появиться ~~и~~ большее количество производителей при отсутствии высокого порога для входа ~~на рынок~~ на рынок. Хочется обратиться к известному выражению «спрос рождает предложение» для того, чтобы пояснить эту идею. Так, при росте потребления товара ~~и~~ растет его привлекательность для участников рынка и его можно производить в больших количествах, ведь на него растет спрос.

В данном контексте также могут происходить кризисы перепроизводства, приводящие к падению товара на рынке, когда производитель не может оценить динамику потребления. Однако это так же подтверждает идею о прямой взаимосвязи динамики производства и потребления: после такой ситуации производство вновь подстраивается под спрос.

Подобную идею можно заметить в трудах А. Смита, который писал о рациональном поведении субъектов рыночных отношений: ~~Каждый человек~~ человек будет стремиться удовлетворить все свои потребности максимально выгодно для него, оценивая все альтернативы и упущенные возможности. «Экономическая модель человека» ~~действительно~~ определяет его действующими в рамках воли волею и независимыми от нерациональных стихий.

Чистовик - 3

Карл Маркс, писавший об идеальной для него конкуренции-коммунизме, ^{имел идеи, которые отброшены в сторону} ~~так же, как и идею~~ с каждой по способности-каждому по потребности. Так, сальдо производства и потребления - нулевое; то есть они равны и возможности производства реализуются в таком количестве товара, которое может потребить человек. Таким образом, динамика потребления и производства прямо зависят друг от друга и рост одной приводит к росту другой.

Далее того, ~~идея~~ идея философа Франкфуртской школы (синтез марксизма и психоанализа) Р. Маркузе, об одностороннем человеке так же интересно дополняет данную идею. Потребности человека ~~и~~ являются односторонними и навязанными классом ^(манипулирующим) ~~выражают~~ то есть, допустим, человек, покупая какой-либо товар, удовлетворяет не полную потребность, однако этого не осознает, ведь его сознание ~~связано~~ ограничено и измеримо. Таким образом, развиваются компании, навязывающие чуждость человеку (или действующие уже в парадигме навязанных чуждостей). Человек неосознанно потребляет предлагаемое ему товар, становится похож на остальных. Но даже такая идея отражает тезис о росте динамики произ-ва в соотв-ии с ростом динамики потребления: человек не может удовлетворять все больше чуждых потребностей, не ощущая подлинного счастья, (похоже на кошачка в конце), что так же вызывает рост производства не так уж и чуждых человеку благ. Например, труд на тяжелой работе становится не таким тяжелым после осознания того, что в конце недели ты можешь купить себе ~~хороший~~ часы или беречь лучше старух (хороший ~~и~~ ~~хороший~~ и потребление, и производство растут). И чем сильнее подобных людей ~~и~~ тем больше потреби-

Чистовик - 4

Значение и тем больше выгода для компании произво-
дшей. Например, перай одного ведущего
рынка, живущий в капиталистическом обществе,
потребляет товаров компании IKEA и они становятся
для него как раз источником личного счастья.

~~Примеры того, что~~ ^{Можно так} ~~зрение~~ ^{зрение} заключающаяся
в том, что рост потребления вызывает рост производства,
находит и отражение в социальной действительности.

Например, в современных реалиях всё больше потребляются
товары, принцип работы которых основан на технологиях
ИИ, и компаниям приходится наращивать производство
товаров с ними. Так, в Китае потребление и увеличение
камер от спонсирования с ИИ привело к увеличению
их производства. Более того, примером подобного
явления становится рост потребления отечественных
машин в России. В условиях санкций и больших
наименее навоз китайских машин, отечественное
автомобильное производство наращивают производство.

~~У нас из России также растут как спрос, так и
предложение. Многие известные бренды пользуются
увеличением спроса на свои товары у российских
покупателей, значит~~

Противоположная точка зрения заключается в
том, что ~~рост~~ ^{изменение} потребления не связано с изменением
производства. В условиях высокого потребления некоторые
производители так же могут завышать цены, не
наращивая производство, а зарабатывая на марже
на добросовестной стоимости, не связанной с

заплатами на производство товара. Более того, в экономической теории фирмы имеется такое понятие как «максимизация прибыли». Есть определённое количество товара, которое может продать фирма так, чтобы получить максимальную прибыль в условиях ~~разных~~ различных ситуаций на рынке. И даже в случае роста потребления, ей не выгодно будет продавать больше товаров.

Таким образом, не только ~~и~~ потребление, но и цены факторы влияют на производство. Например, товары могут производить больше в условиях ~~большого~~ ожидания кризисов, ввиду ожидания большого спроса. Например, перед ~~этим~~ эпидемией COVID-19 вырос спрос на некоторые продукты, в т.ч. и на улицу. Таким образом, произ-во ее выросло, ~~а теперь~~ на моменте "ковида" продано было очень много пакетов товара, а потребление осталось прежним.

Так же демонстрацией этой точки зрения является также понятие как товары и Вещная ч. Эти товары являются товарами демонстративного потребления.

По сущности, покупая государственный товар человек приобретает "статус", а цена обусловлена тем, что товар в целом является дорогим и его по такой цене покупают.

[illegible]

Таким образом, проблема соотношения динамики потребления и производства экономики является дискуссионным вопросом.

Методик - 7.

решение некоторых рац. в зав-ти от экон. условий. Я придерживаюсь идеи о прямой зав-ти динамики производства от динамики потребления, в виду рационального потребления и тенденции к развитию современного общества. Однако, существует иная идея о росте цен при росте потребления и иных факторов влияющих на ~~на~~ производство, которая так же правдива в некоторых случаях.



✓ промена

$\sqrt{GZ}$ → аргум
→ конст, и
→ примерот

✓ т 3 2 → ^{изучил} конес, ^{миллер} ^{интерес}
→ ^{выучил} - ^{красно}

Mapke (omnigenera)
non pedunculata
max. in part
inac.

Попре домашноз в ВВП
Минтон Рудман - монетаризм

✓ W. М. Маринин - саванна
 ✓ X. Беднар - саванна, полярная
 Родина, саванна
 А. Беднар

А лимит-реу.под-е

В эконом. сфере вопрос о справедл. и эффектив. при распределении ресурсов. Определение равнов. цен (св. рынка) является важным при устройстве потребления является процессом удовлетворения (в данном. потребности человека с помощью производимых (и в данном. покупателем) или др. Служит, например, как раз-масс. создание таковых. Возникает, основной задачей экономики является стремление удовлетворить неогр. потребности с помощью ограниченных ресурсов.

V max-a непереносимая переносимая.

увеличение цены - дефляция
Limit конкуренции.

Черновик - 2

1) ~~личные~~ личные - частные

4) работным - трудовым

6) 13 лет - 16 лет

9) совершенный ний - несовершеннолетним

11) ампел - 80 см

3-2; 04

А 7/1/19/1/1/1) картель

Б 13 ✓

В 9 ✓

Г 12 ✓

Д 8 ✓

Е 17/20

Ж 20

З 14

И 17 ✓

К 5 ✓

2) ~~Стен~~ ~~вертикальная~~

3) ~~различные~~

4) ~~информация~~

5) ~~накупатон~~

6) ~~трест~~ ✓

7) ~~чистая~~

8) ~~аккомпанемент~~

9) ~~Большая~~

10) ~~продвиг~~

11) ~~амбуш~~ ✓

12) ~~орган~~

13) ~~мандолина~~

14) ~~кашперская~~

15) ~~шаше~~

16) ~~армень~~ ✓

17) ~~открытие~~

18) ~~открытие~~

19) ~~открытие~~

20) ~~концерт~~ ✓